

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yaitu penelitian dengan menggunakan pendekatan yang bersifat obyektif, mencakup pengumpulan dan analisis data kuantitatif serta menggunakan metode pengujian *statistic* (Fatihudin, 2020). Data yang digunakan adalah data primer, yaitu data yang didapat dari para responden yang kemudian diolah menggunakan analisis regresi linier berganda, analisis reliabilitas, validitas, uji asumsi klasik, analisis koefisien determinasi berganda, koefisien relasi berganda, uji t dan uji F untuk mengetahui variabel Motivasi Hedonis (X1) dan Kepuasan Pelayanan (X2) terhadap Minat Beli Ulang (Y).

#### **B. Identifikasi Penelitian**

Variabel penelitian merupakan suatu komponen yang sudah ditentukan oleh seorang peneliti untuk diteliti agar mendapat jawaban yang sudah dirumuskan dan berupa kesimpulan penelitian (Sahir, 16:2021)

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel bebas (X) dan satu variabel terikat (Y).

##### **1. Variabel bebas (*Independent Variabel*)**

Variabel bebas adalah variabel independen atau variabel yang mempengaruhi variabel lain, variabel bebas merupakan penyebab

perubahan variabel lain. Dalam model struktural variabel bebas juga disebut variabel endogen (Sandu & Ali, 2015). Adapun variabel bebas dalam penelitian ini terdiri dari :

- 1) Motivasi Hedonis (X1)
- 2) Kualitas Pelayanan (X2)

## 2. Variabel terikat (*Dependent Variabel*)

Variabel terikat adalah variabel dependen atau variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas, variabel terikat merupakan akibat dari variabel dari variabel bebas (Sandu & Ali, 2015).

Adapun variabel terikat dalam penelitian ini terdiri dari :

Minat Beli Ulang (Y)

### C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan petunjuk tentang bagaimana suatu variable diukur, sehingga peneliti mengukur variabel tersebut. Variabel dalam penelitian ini meliputi Motivasi Hedonis (X1), dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Minat Beli Ulang (Y)

independent (variabel bebas/penjelas), dengan tujuan untuk mengestimasi atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai-nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independent yang diketahui (Ghozali, 2005).

Persamaan Regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independent atau bebas yaitu motivasi hedonis ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap minat beli ulang ( $Y$ ). Rumus matematis dari regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

$Y$  = Keputusan Pembelian

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1$  = Koefisien regresi antara motivasi hedonis dengan minat beli ulang

$\beta_2$  = Koefisien regresi antara kualitas pelayanan dengan minat beli ulang

$X_1$  = Motivasi Hedonis

$X_2$  = Kualitas pelayanan

$\varepsilon$  = Standart Error

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji Simultan (Uji F)

Uji ini dilakukan untuk melihat apakah variabel yang diteliti dalam penelitian ini memiliki tingkat kelayakan yang tinggi untuk menjelaskan fenomena yang dianalisis dalam uji-F. sebagai dasar pengambilan keputusan dapat digunakan kriteria pengujian:

Tabel 3. 1 Definisi Operasional

No	Variabel	Pengertian	Indikator
Variabel Independen			
1	Motivasi Hedonis (Ozen dan Engizek, 2014)	Motivasi Hedonis merupakan pengalaman dan pengorbanan untuk mendapatkan suatu kesenangan yang menimbulkan dorongan dari dalam diri untuk berbelanja produk dan jasa Natasha Skin Clinic	Adventure Shopping
			Value Shopping
			Idea Shopping
			Social Shopping
			Relaxation Shopping
2	Kualitas Pelayanan (Kotler & Keller, 2016)	Kualitas Pelayanan merupakan harapan konsumen mengenai tingkat keunggulan pelayanan dari Natasha Skin Clinic	Keandalan (Reability)
			Bukti Fisik (Tangibles)
			Kepekaan (Responsiveness)
			Jaminan (Assurance)
			Empati (Emphthy)
Variabel Dependen			
3	Minat Beli Ulang (Ferdinan, 2002)	Minat beli ulang merupakan Kecenderungan untuk melakukan pembelian ulang produk dan jasa di Natasha Skin Clinic oleh konsumen Natasha Skin Clinic	Minat transaksional
			Minat referensial
			Minat preferensial
			Minat Eksploratif

## D. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah sekelompok orang, peristiwa, kejadian atau benda yang dijadikan obyek dalam penelitian (Fatihudin, 2020:63) Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Natasha *Skin Clinic* Surabaya yang telah menjadi member Natasha *Skin Clinic* Surabaya baik pria maupun wanita.

Data yang didapat dari Natasha *Skin Clinic* Surabaya pada bulan Mei 2024 jumlah seluruh anggota konsumen yang melakukan perawatan kulit di Natasha *Skin Clinic* Surabaya adalah 4500 konsumen.

### 2. Sampel

Sampel adalah Sebagian dari populasi yang akan diteliti (Sahir, 2021:34). Adapun yang menjadi pertimbangan dalam penentuan sampel dalam penelitian ini adalah:

- 1) Minimal sudah 2 kali mengunjungi Natasha *Skin Clinic*
- 2) Konsumen yang menjadi member Natasha *Skin Clinic*

Menurut (Sugiono, 2017) untuk menentukan jumlah sampel dari populasi pada penelitian ini yaitu menggunakan rumus Isacc dan Michael 1981. Rumus Isacc dan Michael 1981 ini telah diberikan hasil perhitungan yang berguna untuk menentukan jumlah sampel berdasarkan tingkat kesalahan 1%, 5%, dan 10%. Pada penelitian ini tingkat kesalahan atau *sampling error* dalam menentukan jumlah sampel yaitu pada tingkat kesalahan 10%. Adapun jumlah populasi dari seluruh

pelanggan Natasha *Skin clinic* cabang Manyar, Surabaya adalah 4500

konsumen. Dibawah ini merupak rumus Isacc dan Michael 1981:

$$s = \frac{\lambda^2 . N . P . Q}{d^2 . (N - 1) + \lambda^2 . P . Q}$$

Keterangan :

$s$  : Jumlah sampel

$N$  : Jumlah populasi

$\lambda^2$  : Chi kuadrat nilainya tergantung derajat kebebasan (dk) dan tingkat kesalahan, dengan dk = 1, taraf kesalahan 1% maka chi kuadrat = 6.635, taraf kesalahan 5% = 3.841, dan taraf kesalahan 10% = 2,706

$P$  : Peluang benar (0,5)

$Q$  : Peluang salah (0,5)

$d$  : Derajat akurasi yang diekspresikan sebagai proporsi (0.10)

Melalui rumus diatas, maka dapat ditentukan jumlah sampel penelitian sebagai berikut :

$$s = \frac{\lambda^2 . N . P . Q}{d^2 . (N - 1) + \lambda^2 . P . Q}$$

$$S = \frac{2.706 \times 4.500 \times 0.5 \times 0.5}{0.0100 \times (4499) + 2.706 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$s = \frac{3,044}{45,6665}$$

$$s = 66.6627$$

$$s = \mathbf{67} \text{ sampel (Pembulatan)}$$

## E. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Observasi

Yaitu, melakukan pengamatan secara langsung ke objek yang diteliti untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan

## 2. Wawancara

Yaitu, pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari pimpinan cabang Natasha Skin Clinic Surabaya

## 3. Dokumentasi

Yaitu, cara untuk mendapatkan data dengan cara mengambil data yang ada di dalam perusahaan. Adapun data yang diambil antara lain adalah sejarah perkembangan, dan data pelanggan di Natasha Skin Clinic Surabaya

## 4. Kuisioner

Yaitu, Teknik pengumpulan data dengan cara penyusunan daftar pertanyaan yang singkat, jelas, dan mudah dipahami oleh konsumen. penelitian ini adalah dengan menggunakan angket atau kuisioner. Angket diartikan sebagai deretan untuk memperoleh data atau informasi yang berupa jawaban yang diberikan oleh responden. Daftar pertanyaan tersebut disusun berdasarkan indikator, variabel dalam rumusan masalah yang akan diteliti kemudian diuraikan kedalam beberapa pernyataan. Data yang diperoleh dari responden akan dikodekan sesuai dengan skala linkert 1-4 kemudian ditabulasikan dengan menggunakan Analisi statistik program komputer SPSS versi 16.0.

Skala linkert yaitu skala linkert dengan interval 1-4. Menurut (Sugiono,2019) skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang fenomena sosial. Skala ini membuat peringkat atau skor pada masing-masing pertanyaan, jawaban



yang tidak mendukung diberikan skor rendah sedangkan jawaban setuju diberikan skor tertinggi.

*Tabel 3. 2 Skala Linkert*

Skala Pengukuran Persepsi Responden	Keterangan
Skala likertnya 1 sampai dengan 4	Skala 1 : Sangat tidak setuju Skala 2 : Tidak setuju Skala 3 : Setuju Skala 4 : Sangat setuju

Dalam pengumpulan data kuisioner, peneliti melakukan penyebaran kuisioner melalui *offline* dan *Online* dengan cara membagikan kertas form kuisioner di sesi pagi hari dan membagikan link kuisioner melalui scan barcode di sesi ke dua sore hari kepada setiap pelanggan yang telah membeli produk dan jasa perawatan kulit wajah di Natasha Skin Clinic Surabaya.

#### **F. Teknik Pengolahan Data**

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan Teknik pengolahan data menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 16.0, sehingga data diproses secara otomatis yang akan mengetahui mengenai pengaruh variabel motivasi hedonis, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang. Dalam analisis data terdapat:



## 1. Uji Instrumen

### a. Uji Validitas

Validitas merupakan kemampuan suatu alat ukur untuk mengukur sasaran ukurnya. Dalam mengukur validitas perhatian ditujukan pada isi dan kegunaan instrument. Uji validitas dimaksudkan guna mengukur seberapa cermat suatu uji melakukan fungsinya, apakah alat ukur yang telah disusun benar-benar telah dapat mengukur seberapa cermat suatu uji melakukan fungsinya, apakah alat ukur yang telah disusun benar-benar telah dapat mengukur apa yang perlu diukur. Uji ini dimaksudkan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuisioner. Perhitungan ini dilakukan dengan bantuan computer program SPSS. Kriteria penilaian uji validitas, adalah :

- 1) Jika  $r \text{ hitung} > r \text{ table}$  (pada taraf signifikansi 5%) maka instrument penelitian dikatakan valid
- 2) Jika  $r \text{ hitung} < r \text{ table}$ , (pada taraf signifikansi 5%) maka instrument penelitian dikatakan invalid

### b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan langkah yang dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kuisioner dapat memberikan hasil yang tidak berbeda, jika dilakukan pengkuruan kembali terhadap subjek yang sama pada waktu yang berbeda. Adapun cara untuk menguji reliabilitas kuisioner dalam penelitian ini menggunakan rumus koefisien Alpha Cronbach, yaitu:

- 1) Apabila hasil koefisien Alpha  $>$  taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuisioner tersebut *reliable*.
- 2) Apabila hasil koefisien Alpha  $<$  taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuisioner tersebut tidak *reliable*.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh mengikuti distribusi normal atau tidak normal dengan menggunakan metode Kalmogorov-Smirnov melalui program SPSS versi 16.0. dasar pengambilan keputusan apakah suatu distribusi data mengikuti distribusi normal adalah

- 1) Jika nilai signifikan (nilai propabilitasnya)  $<$  0,05 maka distribusi data tersebut adalah tidak normal
- 2) Jika nilai signifikan (nilai probabilitasnya)  $>$  0.05 maka distribusi data tersebut normal.

### b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varians antara residu observasi yang satu dengan observasi yang lain dalam suatu model regresi (Ghozali, 2018). Jika *variens* dari residual setiap observasi tetap maka disebut heteroskedastisitas. Maka dari itu, model regresi ini diharapkan dapat terjadi. Untuk mengetahui apakah terdapat masalah heteroskedastisitas pada pola variabel. Penelitian ini menggunakan

metode menampilkan pola gambar *scatterplot* dengan menggunakan program SPSS. Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika titik membentuk gelombang lebar kemudian menyempit, maka terjadi gejala heteroskedastisitas. Keadaan ini disebut “Ha”
- 2) Sebaliknya, jika titik tersebar di atas, di bawah, atau di sekitar angka 0 tanpa pola yang jelas, maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Keadaan ini disebut “Ho”

**c. Uji Multikolineritas**

Uji Multikolineritas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi menemukan adanya korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2018). Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya korelasi antar variabel independen. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolineritas dalam model regresi, peneliti melihat variance inflasi faktor (VIF) dan toleransi. Dasar pengambilan keputusan pada uji multikolineritas :

- 1) Jika nilai *tolerance*  $>0.1$  atau nilai VIF  $< 10$ , maka tidak terdapat masalah multikolineritas
- 2) Jika nilai *tolerance*  $<0.1$  atau nilai VIF  $> 10$ , maka terdapat masalah multikolineritas.

**3. Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel

- 1) Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan apabila tingkat signifikansi  $< \alpha (0,05)$ , maka variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat.
- 2) Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dan apabila tingkat signifikansi  $> \alpha (0,05)$ , maka variabel bebas secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

**b. Uji Parsial (Uji  $t$ )**

Uji- $t$  pada dasarnya memberitahu anda seberapa besar pengaruh variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel independen (Ghozali, 2006).

Kriteria dalam penhujian ini menggunakan tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$  ditentukan sebagai berikut :

- 1) Apabila nilai signifikansi  $T_{hitung} < \alpha (0,05)$ , maka hipotesis dinyatakan signifikan
- 2) Apabila nilai signifikansi  $T_{hitung} > \alpha (0,05)$ , maka hipotesis dinyatakan tidak signifikan

**c. Koefisien Determinan ( $R^2$ )**

Semakin besar  $R^2$  maka semakin tepat rumus estimasi regresi linier tersebut dapat digunakan sebagai alat prediksi, karena variasi variabel terikat yaitu minat beli ulang dapat dijelaskan oleh perubahan variabel bebas yang terdiri dari motivasi hedonis dan kualitas pelayanan